

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Filip Doležal
Číslo studenta: E22313
Název bakalářské práce: Online marketingové strategie se zaměřením na využití jednotného vizuálního stylu
Cíl práce: Cílem práce je zpracovat online marketingovou strategii začínající firmy, se zaměřením zejména na návrh vlastních webových stránek a prezentaci na sociálních sítích respektující navržený jednotný vizuální styl.
Vedoucí práce: Ing. Renáta Bílková, Ph.D.
Studijní program: B0688A050001 Aplikovaná informatika
Akademický rok: 2024/2025

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Bakalářská práce se zaměřuje na tvorbu marketingové strategie pro značku Tommy Chef, která se profiluje jako inovativní kuchařský koncept. Práce je postavena na jasně definovaném praktickém cíli – vytvoření jednotné vizuální identity a online prezentace značky – což autor úspěšně splnil. Výsledkem je ucelená grafická sada (logo, vizuální styl, brand manuál), návrh webové stránky a doporučení pro další digitální komunikaci.

Student pracoval na práci aktivně, konzultoval průběžně a konstruktivně reagoval na připomínky vedoucího práce. V práci prokázal dobrou schopnost samostatného návrhu a aplikace marketingových poznatků do reálného projektu. Práce je přehledná, jazykově kvalitní a graficky na velmi dobré úrovni. Vizuální a obsahové výstupy jsou přímým přínosem pro reálné podnikání značky.

Mezi slabší stránky patří omezená hloubka analytické části, která se věnuje převážně popisu vytvořeného řešení bez metodické argumentace, proč byly zvoleny právě určité postupy a nástroje. I přesto má práce výraznou praktickou hodnotu a svědčí o schopnosti autora přenést teoretické poznatky do praxe.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát.
Nejvyšší míra podobnosti dle systému jsou 2 %.

Otázky a náměty k obhajobě

1. V práci jste vytvořil jednotnou vizuální identitu značky Tommy Chef, včetně loga a brand manuálu. Jakým způsobem jste ověřoval, že zvolený vizuální styl odpovídá cílové skupině značky a jejím hodnotám?
2. Součástí práce jsou i návrhy pro budoucí marketingové kroky značky. Které z těchto návrhů považujete za klíčové pro úspěšný start značky na trhu a proč?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 26.5.2025

Podpis